

5. Энгельс Ф. Людвиг Фейербах и конец классической немецкой философии / Фридрих Энгельс / Пер. с нем.; В. Г. Шнитке – М.: Издательство политической литературы, 1955. – 347 с.

Скалацька О.В.

Одеський інститут фінансів

Українського державного

університету фінансів та міжнародної торгівлі

МЕТОД МОДЕЛЮВАННЯ У ДОСЛІДЖЕННІ ФЕНОМЕНУ МОДИ: ЕВРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Актуальність філософського розгляду феномена моди пов'язана з низкою питань. Сучасні теоретичні доробки створюють науковий дискурс стосовно: експлікації даного поняття, методів дослідження, структурних елементів, детермінант, генези.

Визначення поняття «мода» має суперечливий характер в сучасному науковому просторі. При розкритті визначення поняття моди, на думку сучасного американського вченого, автора концепції «виробництва присутності» Х.У. Гумбрехта, необхідно враховувати її складність і «дивну інтелектуальну апатію», якої треба уникати. Найчастіше в науковому дискурсі щодо дослідження проблемного поля концепту «мода» звертаються до історичного аналізу та системного підходу [2]. Заслужовують уваги й інші методи наукового пізнання, у тому числі і метод моделювання.

Сучасний філософ, професор А.А. Івакін розглядає метод моделювання як «схожість (подібність) з оригіналом у будь-якому із строго зафіксованих і обґрунтованих відносин» [4, с. 150]. При цьому, рівень подібності може досягати ізоморфізму або гомоморфізму.

Метод моделювання, на думку А.І. Івакіна, виконує три функції моделі. Перша функція позначає «будь-яку форму матеріальної об'єктивації, опредметнення ідеального образу об'єкта» [4, с. 150]. У даному випадку, виділяється першооснова створення та існування даної моделі «речова і нематеріальна». При розгляді моди порушується питання первинності та співвідношення між естетичним смаком та масовим (економічним) споживанням елементів моди. Спочатку будь-який продукт моди виникає в уяві творця (дизайнера). У подальшому, коли дизайнер візуалізує даний

образ, він може процес його матеріалізації доручити іншим майстрам. Згодом, первинний образ може трансформуватися у результаті: перегляду первісної ідеї або цілісної колекції дизайнера; творчості майстрів, що виконують матеріалізацію даного об'єкта. Варіативність образу (моделі) відбувається не лише у межах суб'єктивного. Створений образ адаптується відповідно до потреб споживачів на споживчому ринку. Застосування першої функції моделі демонструє як в процесі створення продукту моди простежується діалектична єдність та зміна матеріального і ідеального.

Друга функції моделі полягає у проведенні експерименту «із створеним матеріальним замісником якогось задуманого об'єкта» [4, с. 150]. При переході від уявного образу до матеріального, відбувається з'єднання з соціальною реальністю, що розширює простір моди, робить її елементом комунікації. Модель взаємодіє з іншими елементами соціального простору. Відбувається трансформація суб'єктами комунікації спочатку модного образу, потім – продукту моди. Поширення продукту моди у соціальному просторі впливає на його подальше копіювання та трансформації.

Дизайнер для створення моделі використовує не тільки уяву, але і матеріал для її матеріальної реалізації. Створення ескізу моделі дизайнер може доручити ремісникам, фахівцям в даному питанні; або віддати на виробництво, в результаті чого створюється масовий продукт. Таким чином, розширюється програма дії учасників модної комунікації.

Третя функція полягає у тому, що «модель виступає програмою дії відносно майбутніх побудов, спорудженню змодельованого і перевіреного в експерименті» [4, с. 150]. Формулювання «програма дії» постає одним з найголовніших при реалізації та впливі моди. Дизайнери створюють рекомендації стосовно того, в поєднанні з якими елементами одягу носити нову модель. Відбувається заключний етап створення продукту моди, реалізація задуманого образу. Прикладом може бути: показ модних колекцій на подіумах або в магазинах; реклама продукту у журналах та засобах масової інформації; продаж в магазинах даної продукції; безпосереднє споживання (носіння) індивідами одягу.

Процес подоби (копіювання) з подальшими трансформаціями первісного об'єкта, переносить розгляд феномена моди у межи естетики прекрасного і потворного. Ідея образу (модного продукту) у процесі свої матеріалізації поступово втрачає первинний сенс. Образи та форми, що виникають у просторі моди, постійно змінюється, є тимчасовими та здатні до повторення.

Зазначимо, що загальновідомі дослідження моди Г. Зіммеля та Ж. Бодрійяра аналізують цей феномен у соціальному просторі, коли діє саме третя функція моделі.

Поняття «схожість», «подібність», «наслідування» постають одними з домінуючих у теоретичних побудовах при аналізі феномену моди (Г. Зіммель, Г. Тард). Так, німецький вчений Г. Зіммель наділяє термін «наслідування» такою важливою характеристикою як «перехід від групового до індивідуального життя» [3, с. 267]. На його думку, наслідування моди є проявом «загального», оскільки виникає в результаті повторення діяльності окремого індивіда. Наслідування являє собою дуалізм думки і безглуздя, оскільки він створює сенс і мету діяльності, у якій відсутні творчі і суб'єктивні мотиви. Згідно з поглядами Г. Зіммеля, наслідування постає не засобом ідентифікації з певною групою, а проявом індивідуальності.

Наслідування надає людині «впевненість» у своїй діяльності, якою займаються й інші люди, і «заспокоєння», яке вона «відчуває в теорії, коли підводе окреме явище під загальне поняття» [3, с. 267]. Наслідування, знімає суб'єктивний момент у діяльності людини, оскільки позбавляє її вибору, але з іншого боку, вона долучається до групи, що знову тягне до дуалізму. При розкритті феномена наслідування Г. Зіммель вводить таке поняття як «потяг до наслідування». Даний потяг, на його думку, присутній на певній стадії «коли схильність до доцільної особистої діяльності жива, але здатність знайти для неї або з неї індивідуальний зміст відсутня» [2, с. 267]. Г. Зіммель підкреслює, що в цьому потязі з'єднується минуле і майбутнє.

У процесі наслідування також простежується дуалізм: воно може створювати форми, а може і не бути таким. Прагнення людини залишатися усередині певної групи, наслідувати поведінку та одягу інших. Дані принципи, на думку Г. Зіммеля, постають не лише як дуалізм, а й створюють постійну боротьбу у суспільстві.

У поглядах представника постмодернізму Ж. Бодрійяра, також зазначається розкриття моди крізь поняття «подоби», або «копії копії» – симулякра. Ж. Бодрійяр стверджує, що мода з'являється одночасно з підробкою в період Відродження, моді, яка у своєму циклі постійно змінює знаки та «поглинула» реальний світ своїми знаками. Знаки моди вільні і можуть переміщатися, вони «логічно підкоряються правилу шалено-неухильної повторюваності» [1, с. 170]. Форми моди не залежать від часу та соціальних умов, вони універсальні, спроможні постійно адаптуватися до потреб суспільства. При цьому Ж. Бодрійяр розрізняє легкі і важкі знаки. До перших належать наступні знаки: одяг, тіло, побутові речі. До «важких»

знаків відноситься сфера політики, моралі, економіки, науки, культури, сексуальності. Головна відмінність між легкими і важкими знаками полягає у «принципі постанови». Людина може не помічати старі форми і знаки, які повторюються в моді, тому, на думку Ж. Бодрійяра, «задоволення від моди – це насолода примарно-циклічним світом форм, що відійшли в минуле, але знову і знову воскресають у вигляді ефективних знаків» [1, с. 172].

Застосування методу моделювання та розгляд функцій моделі дозволили виокремити нові аспекти феномену «моди». Мода постає складним соціальним феноменом, який спирається на поняття наслідування (що в свою чергу, так само вимагає окремого філософського розгляду). Наслідування, у деяких випадках, ототожнюється зі створенням копії первісного об'єкту, що має суб'єктивний характер. В процесі матеріалізації ідеального образу, первісна копія поступово трансформується в певну річ. З процесом матеріалізації об'єкта відбувається його постійна трансформація і варіативність (поєднання з іншими елементами одягу).

Метод моделювання розкриває моду як явище, якому притаманні: одночасне протиріччя та поєднання матеріального і ідеального, що породжує нові річі; темпоральність; циклічність; мінливість, варіативність. Подальший розгляд методології моди дозволить уточнити дане поняття, простежити його генезу, надати нові теоретичні орієнтири наукового дискурсу.

Література

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Жан Бодрийяр ; [пер. с фр. С. Н. Зенкин]. – М.: «Добросвет», 2000. – 387 с.
2. Гумбрехт Х.У. Три загадки моды / Ханс Ульрих Гумбрехт ; [пер. с англ. О. Литвинова] // Теория моды: Одежда. Тело. Культура. – М.: Новое литературное обозрение, 2006. – № 1. – С.17-26.
3. Зиммель Г. Мода / Георг Зиммель ; [пер. с нем. и примеч. М.И. Левиной] // Избранное: в 2 т. – М. : Юрист, 1996 – (Лики культуры). Т. 2. – 1996. – С. 266–291.
4. Ивакин А.А. Диалектическая философия : Монография. – Одесса: Юридична література, 2003. – 352 с.